

РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ЮВЕЛИРНЫМИ ИЗДЕЛИЯМИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

В статье авторы рассматривают влияние финансового поведения населения на развитие розничной торговли ювелирными изделиями. Для достижения цели проведем сравнительный анализ показателей финансового поведения населения и розничной торговли ювелирными изделиями, выделим виды финансовых стратегий населения, оценим влияние финансовых стратегий населения на динамику розничной торговли ювелирными изделиями. В качестве методов исследования будут использованы метод сравнительного анализа, исторический и логический методы.

In the article, the authors consider the influence of the financial behavior of the population on the development of jewelry retail. To achieve the goal, we will conduct a comparative analysis of indicators of the financial behavior of the population and the retail trade in jewelry, highlight the types of financial strategies of the population, and assess the impact of financial strategies of the population on the dynamics of the retail trade of jewelry. As research methods, the comparative analysis method, historical and logical methods will be used.

Ключевые слова: финансовое поведение населения; финансовые стратегии населения; розничная торговля ювелирными изделиями.

Key words: financial behavior of the population; financial strategies of the population; retail trade in jewelry.

Изменение спроса на ювелирные украшения является индикатором смены доминирующих финансовых стратегий населения. Население в период кризиса подстраивает финансовое поведение, касающееся сбережений и заимствований, с учетом резко увеличившейся неопределенности в сфере занятости и доходов. В подобной ситуации физические лица выбирают стратегию роста сбережений, снижая спрос на товары длительного пользования, ювелирные товары, на культуру, туризм [1].

Финансовое поведение населения реализуется в следующих типах финансовых стратегий:

– Потребительской стратегии, когда денежные доходы сразу же тратятся на приобретение понравившихся товаров и услуг. Данная стратегия преобладает в экономике, находящейся в стадии роста длительное время и предполагает рост спроса на все виды товаров, в том числе на ювелирные украшения.

– Инвестиционной стратегии дающей возможность вложить денежные средства в свою переквалификацию, собственное дело, покупку ценных бумаг или эксклюзивных ювелирных изделий.

– Сберегательной стратегии, при которой принимается решение денежные доходы использовать в качестве накоплений. Так, одним из эффективных способов накоплений является покупка ювелирных изделий, которая как правило в период кризиса, сопровождающегося колебаниями на валютном рынке.

– Страховой стратегии, когда денежные доходы направляются на страхование или лечение. Как пример одной из форм реализации данной стратегии является приобретение ювелирных изделий с драгоценными камнями, обладающими полезными свойствами [2–4].

Финансовое поведение населения можно анализировать по следующим индикаторам: реальным доходам населения, динамике потребительского спроса, динамике доли денежных доходов населения, направленных на сбережение и покупку валюты, объему кредитования физических лиц.

Кроме того, существует интегральный показатель – индекс потребительской уверенности домохозяйств. Уровень реальных доходов является одним из важнейших факторов, влияющих

на формирование финансового поведения населения. Личный располагаемый доход распределяется домохозяйствами на оплату текущего потребления товаров и услуг, приобретение товаров длительного пользования, покупку ювелирных товаров и создание сбережений. Рост объема кредитования физических лиц также может говорить о начинающейся смене финансовой стратегии населения, что в свою очередь свидетельствует о переходе к периоду восстановления экономики.

Рассмотрим, как менялась розничная торговля ювелирными изделиями в различные периоды реализации финансового поведения населения. Выбор той или иной финансовой стратегии приводит к изменению объема продаж разных видов ювелирных украшений. Ювелирные изделия принято относить к предметам роскоши. Маркетинговую полезность ювелирных украшений связывают с их красотой, которая вызывает у их обладателя положительные эмоции. Важной характеристикой ювелирных изделий является тот факт, что при их приобретении в той или иной мере присутствуют инвестиционные и тесаврационные мотивы. Данные мотивы при приобретении дешевых и дорогих ювелирных изделий играют разную роль, однако их значение во многом определяется общеэкономической конъюнктурой [5].

Еще одной существенной особенностью ювелирных изделий является тот факт, что приобретение определенных ювелирных украшений является укоренившейся традицией.

Ювелирные изделия уникальны еще и тем, что в некоторых ситуациях средства, направляемые на покупку ювелирных украшений, могут тратиться на приобретение покупки валюты, а также на другие инвестиции.

Спрос на предметы роскоши увеличивается с ростом доходов населения. Так, шведским экономистом Л. Торнквистом была разработана эмпирическая модель, показывающая математическую зависимость спроса на предметы роскоши от размера личного дохода. Согласно данной модели, рост объемов потребления предметов роскоши при достижении порогового значения дохода не останавливается, а стремится к достижению показателя единичной эластичности [6].

Ряд исследований по сопоставлению динамики развития денежных доходов населения с динамикой развития розничного товарооборота ювелирными изделиями свидетельствуют о том, что рост объема розничного товарооборота находится в прямой зависимости от объема денежных доходов населения. Однако в разные годы наблюдается определенная разница в динамике развития данных показателей. Так, до входа в период затяжного финансового кризиса темпы роста денежных доходов и розничного товарооборота ювелирными изделиями почти совпадают, что соответствует пороговому значению кривой Торнквиста для престижных товаров. В период ухудшения финансово-экономической ситуации, рост объема продаж ювелирных украшений опережает темпы роста денежных доходов. Это связано с тем, что граждане активно переводят свои сбережения в драгоценности, активно реализуя инвестиционную стратегию. Как итог, объем продаж ювелирных изделий возрастает как в натуральном, так и в рублевом измерении. На фоне резкого роста уровня инфляции ажиотажный спрос прекращается. Население переходит к финансовой стратегии сбережения, в результате индекс роста розничного товарооборота ювелирными изделиями значительно отстает от общей динамики роста денежных доходов населения.

Розничная торговля как сфера деятельности, более приближенная к конечному потребителю, более гибко приспособилась к изменению стратегии поведения на сберегательную.

Производители ювелирных изделий реагируют на изменение спроса на продукцию значительно медленнее. Если в розничной торговле объем продаж ювелирными изделиями из драгоценных металлов снижался постепенно, то в сфере производства сначала наблюдался сначала значительный рост, за которым следует резкий спад. Разница в динамике показателей связана с сокращением покупок ювелирных украшений среднего ценового сегмента, основную долю которого занимали именно отечественные производители.

Изменение объемов розничной продажи ювелирных изделий в немалой степени связано с ценовым фактором. Сокращение объема спроса на ювелирные изделия вынуждает представителей отрасли оптимизировать расходы на содержание торговых объектов. Ювелирные торговые сети начали закрывать неэффективные магазины. Тем не менее оптимизация расходов на содержание торговой сети этим не ограничилась.

В настоящее время торговые сети ставят перед собой задачу снижения издержек имеющихся торговых точек за счет:

- Сокращения площади салонов. За последние два года средний размер салона уменьшился в 1,5–2 раза.

– Снижения товарных запасов путем оптимизации товарных остатков и сужение ассортимента.

– Повышения эффективности выкладки ювелирных украшений. В настоящий период многие магазины переходят к выделению отдельных бренд-зон с композиционным оформлением, которые, как правило, разрабатывают производители украшений [5; 7].

В современных условиях можно выделить два основных розничных канала продаж: стационарную розницу (розничные торговые сети и независимые магазины) и дистанционную розницу (телемагазины, интернет-магазины) [8].

Однако самым популярным местом покупки в крупных городах остаются магазины крупных торговых сетей.

До 2011 г. рост рынка ювелирных изделий в целом превышал рост торговых сетей в абсолютном выражении, ведь их доля была еще не столь значительна. В последующие годы сети развивались высокими темпами, и этот бурный процесс происходил за счет вытеснения неконкурентоспособных форматов торговли. Негативные тренды в виде нехватки оборотных средств, сокращения объемов кредитования, падения потребительского спроса заморозили развитие практически всех ведущих сетей ювелирных магазинов и привели на грань банкротства ряд крупных торговых сетей [9; 10].

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что динамика индикаторов финансового поведения определяет динамику розничной торговли ювелирными изделиями. Поскольку мы имеем возможность воспользоваться регулярно обновляющимися данными, описывающими финансовое поведение населения, а статистика розничной торговли ювелирными изделиями публикуется с большими временными интервалами, мы получаем возможность прогнозирования потребительского спроса в данной сфере. На розничную торговлю ювелирными изделиями будут влиять такие факторы, как политическая напряженность, спад в туристической и сокращение доходов от экспорта, прежде всего сырьевого, они делают дальнейшие прогнозы развития торговли ювелирными изделиями негативными. Однако можно делать выводы и по данным, характеризующим финансовое поведение населения, свидетельствующим о том, что население относится к ситуации в стране более оптимистично и меняет стратегию сбережения на стратегии потребления и инвестирования, а значит можно ожидать рост потребительского спроса на ювелирные изделия.

Список использованной литературы

1. **Гондик, Н. Н.** Финансовое поведение населения: теоретические аспекты / Н. Н. Гондик // Master's Journal. – 2014. – № 1. – С. 330–333.
2. **Галишникова, Е. В.** Финансовое поведение населения: сберегать или тратить / Е. В. Галишникова // Финансовый журнал. – 2012. – № 2. – С. 133–140.
3. **Бурдяк, А. Я.** Денежные сбережения домашних хозяйств на разных этапах жизненного цикла / А. Я. Бурдяк // Финансовый журнал – 2014. – № 1. – С. 129–140.
4. **Сайт** Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.issek.hse.ru/news/195005424.html>. – Дата доступа : 02.03.2020.
5. **Ювелирная** работа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.retailer.ru/item/id/127440/>. – Дата доступа : 18.03.2020.
6. **Панова, А. Ю.** Влияние финансовых стратегий населения на розничную торговлю / А. Ю. Панова // Неделя науки СПбПУ : материалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. Ч. 3. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та. – 2016. – С. 375–378.
7. **Сайт** экономический понятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.economicportal.ru/term-words/word-t2.html#t2>. – Дата доступа : 15.03.2020.
8. **Ювелирный** ритейл: динамика кризисного периода [Электронный ресурс] // Отраслевой портал участников ювелирного рынка РЕСТЭК JUNWEX. – Режим доступа : <http://www.rjexpert.ru/trends/analitika/yuvelirnyij-ritejl-dinamika-krizisnogo-perioda.html>. – Дата доступа : 18.03.2020.
9. **Непша, В. И.** Ювелирные изделия с бриллиантами: оценка эластичности спроса по цене на розничном рынке Японии / В. И. Непша, Ю. К. Окоемов, Н. В. Цветкова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 2. – С. 17–41.

10. **Полякова, А.** Стратегия финансового поведения населения: под прессом «экономики новостей» / А. Полякова // Оперативный мониторинг экономической ситуации в России: тенденции и вызовы социально-экономического развития. Ин-т Гайдара. – 2016. – № 12 (30). – С. 20–24.